

19 Sonrası...

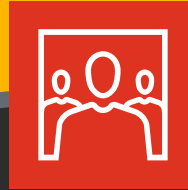
Geleceği
yeniden
keşfetmek

Cenk Ulu
PwC Türkiye
Kıdemli Ortak
23 Aralık 2020

PwC Küresel



284.000 çalışan



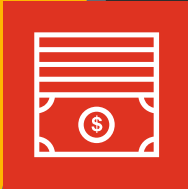
63.053 kişi

2020 mali yılında PwC
Küresel ailesine katıldı



721 lokasyon

43 milyar \$
küresel gelir



155 ülke

PwC Türkiye

Türkiye'de
40
.yıl

Yönetim Ekibi

Cenk Ulu
Ülke Kıdemli Ortağı



Burcu Canpolat Hızel
Vergi Hizmetleri Lideri



Ediz Günsel
Denetim Hizmetleri Lideri



Serkan Tarmur
Danışmanlık Hizmetleri Lideri



3.200
Müşteri



3.000
PwC Alumni



~40
PwC Türkiye çalışanı küresel
uzun dönem görevlendirmede



~2.000
Çalışan



59
Şirket ortağı



%52
Kadın çalışan oranı



COVID-19'un getirdikleri Hayatımızda çok daha fazla yer edinen alışkanlıklar

Ev-ofis

Görüntülü
görüşmeler

Dijital
güven

Tedarik
zinciri
güvenliği

Mücbir
sebepler

Uzaktan
hizmet

Küresel Tüketici İlgörüleri Araştırması 2020

COVID sonrası Değişen Tüketici

COVID-19 Öncesi

19.098
katılımcı

27 ülke

74 şehir

COVID-19 salgınından önce yapılan araştırmaya katılan ülkeler: ABD, Almanya, Avustralya, Brezilya, Çin, Endonezya, Fransa, Filipinler, Güney Afrika, Güney Kore, Hindistan, Hollanda, Hong Kong, İngiltere, İrlanda, İspanya, Japonya, Kanada, Macaristan Malezya, Meksika, Orta Doğu, Rusya, Singapur, Tayland, Türkiye, Vietnam

COVID-19 Sonrası

4.447
katılımcı

9 ülke

35 şehir

COVID-19 salgınından sonra yapılan araştırmaya katılan ülkeler: Almanya, Çin, Fransa, Hollanda, İngiltere, İtalya, İspanya, İsveç, Orta Doğu



Küresel Tüketici İlgörüleri Araştırması 2020

COVID sonrası Değişen Tüketici

Market alışverişini online olarak yapmayı artıran tüketicilerin çoğu bu davranışını sürdürecektir



COVID-19 salgını
öncesi



%9

market alışverişini
sadece online yaptı

COVID-19 salgını
sonrası

%35

market alışverişini
sadece online yaptı

COVID-19 salgını sonrasında online market alışverişini

%63

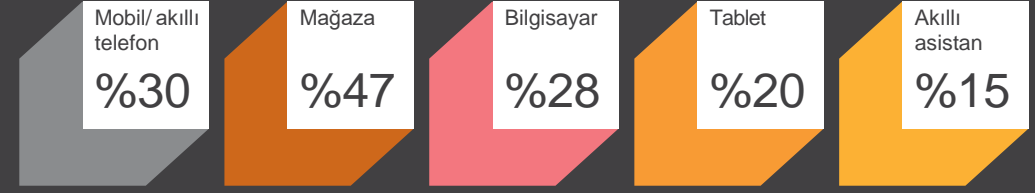
sosyal mesafe öncesine göre
daha fazla market alışverişini
online/ telefonla yapıyor

%86

sosyal mesafe önlemleri
kaldırıldıktan sonra online/telefonla
alışveriş yapmaya devam etmeye
eğilimli

Mobil alışveriş net bir şekilde hız kazanıyor

COVID-19 öncesinde mobil alışveriş diğer online alışveriş türleriyle karşılaştırılabilir durumdaydı



Soru, 2019: Aşağıdaki alışveriş kanallarından ne sıklıkla ürün (ör. giysi, kitap, elektronik) satın alıyorsunuz? ("Günlük" ve "haftalık" yanıtları gösteriliyor)

Baz: 19.098

COVID-19 salgınından sonra mobil alışverişin popülerliği arttı

Mevcut durumdaki
artan kullanımı devam
ettirmeye eğilimli

Cep telefonuyla online

%17

%38

%45

%93

Bilgisayarla online

%18

%41

%41

%90

Tablet yoluyla online

%20

%46

%33

%90

Televizyon yoluyla

%30

%47

%23

Akıllı ev sesli asistanları

%23

%54

%23

Giyilebilir teknoloji

%25

%55

%20

Mağaza

%50

%33

%16

n Azaldı n Aynı kaldı n Arttı

Soru, 2020: Sosyal mesafe/soyutlanma önlemleri uygulanırken gıda dışı ürün (giyim, kitap, elektronik, sağlık ve güzellik ve ev ürünleri gibi market alışverişini dışındaki ürünler) alışverişini nasıl yaptığınızı göz önünde bulundurduğunuzda, aşağıdaki alışveriş kanalları kullanımınız değişti mi, değiştiyse nasıl değişti?

Soru, 2020: Market alışverişini/gıda dışı ürünleri nasıl satın aldığınızı göz önünde tutarak, sosyal mesafe/sosyal soyutlanma önlemleri kaldırıldığında bu kanalı aynı yoğunlukta kullanmaya devam etmeye ne kadar eğilimsiniz? (Gösterilen oranlar, mevcut yükselmiş kullanımı devam ettirmeye eğilimli olduğunu söyleyenlerdir.)

Baz: 1.819 - 4.264. Kaynak: PwC, Küresel Tüketici İlgörüleri Araştırması 2020

Küresel Tüketici İçgörülerini Araştırması 2020

COVID sonrası Değişen Tüketici

COVID-19 sonucunda öz bakıma odaklanma arttı

zihinsel sağlık ve iyi olma hali

%69



fiziksel sağlık

%69



tıbbi ihtiyaçlar

%64



beslenme

%63



Tüketici değişiminin hızını anlayan şirketler, dönüşümü yönlendirecek pozisyona yerleşebilir.

Koronavirüs salgınından önce ve sonra gerçekleştirilen araştırmamız, tüketici davranışları söz konusu olduğunda şu bulguları ortaya koyuyor:



%74

en azından bazen evden çalışıyor



%59

COVID-19 salgını başladığından bu yana video sohbet uygulaması kullanımlarını artırdı



%49

şehirlerini geliştirecekse verilerini paylaşmaya olumlu bakıyor



%45

mümkün olduğunca plastik kullanımından kaçınıyor



%44

Y-kuşağının Amazon Prime üyeliği var



%36

COVID-19 salgını başladığından beri eğlence ve medyaya daha fazla harcama yapıyor



%35

COVID-19 salgını başladığından beri market alışverişini çevrimiçi/telefonla yapıyor

Dünyada COVID Sonrası Gelişmeler CFO Pulse Survey

Tek lokasyona bağlı tedarik zinciri uygulamaları yerine farklılaştırılmış uygulamaların önemi ortaya çıkıyor.

Dijital dönüşüm yatırımları, Ar- Ge ve siber güvenlik yatırımlarına ilgi arttı.

Şirketler yeni çalışma biçimleri benimserken iş yeri güvenlik önlemleri önceliğini koruyor.

CFO'ların yarısından fazlası gelirlerinde %25'e varan düşüşler bekliyor.



CFO Pulse Survey

İnovasyona yeniden odaklanmak

Sunulan ürün ve hizmetlerde değişiklik yapılması gelirin yeniden yapılandırılmasında önemli rol oynayacak

Aşağıdaki alanlardan hangilerinde yapılacak değişiklikler gelir akışlarınızın yeniden yapılandırılmasında veya geliştirilmesinde en büyük öneme sahip olacak?



Türkiye bulguları

Türkiye CFO'larına baktığımızda, ürün veya hizmetler (%67) ile fiyatlandırma stratejilerine (%53) yönelik değişimleri gelirleri yeniden inşa etmenin ana unsurları olarak belirtiyorlar. Bunların yanı sıra tedarik zincirleri (%42) ve coğrafi pazarlara (%39) ilişkin stratejilere de küresel CFO'lardan daha fazla değiniyorlar.

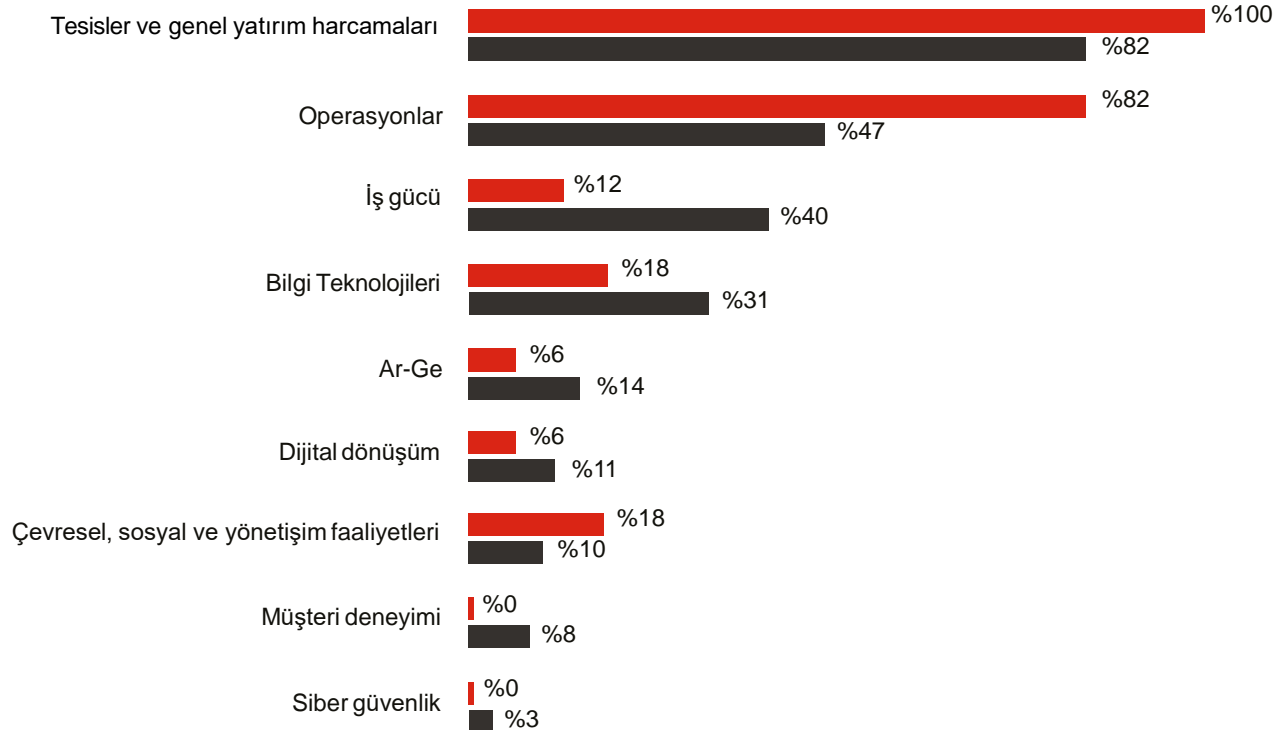


CFO Pulse Survey

Dijital ve Ar-Ge gücünü koruyor

Birçok CFO genel yatırım harcamalarını kısmayı veya ertelemeyi planlıyor; dijital yatırımlar, Ar-Ge ve siber güvenlik yatırımları ise devam ediyor

Şirketinizin COVID-19'un bir sonucu olarak planladığı yatırımlarını ertelemeyi veya iptal etmeyi düşündüğünü söylemişsiniz. Bu kapsamda aşağıdaki yatırım türlerinden hangileri dikkate alınıyor?

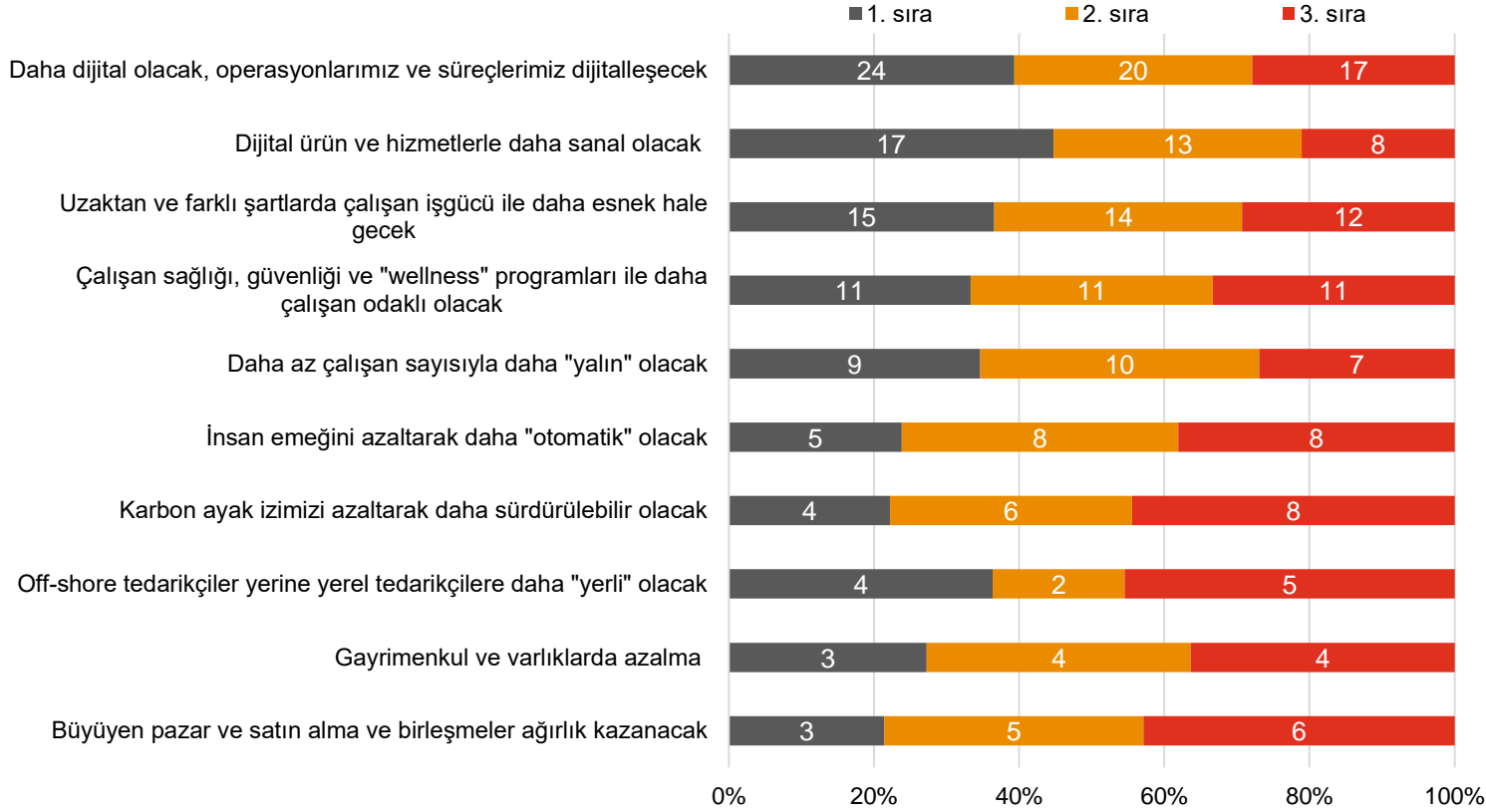


Türkiye bulguları

Türkiye CFO'ları genel yatırım harcamalarını ertelemeyi düşünseler de tamamına yakını (%94) dijital dönüşüm yatırımlarına devam etmeyi planlıyor, dijital dönüşüm hız kesmiyor.

CEO Panel Survey

Daha dijital, daha esnek iş modelleri

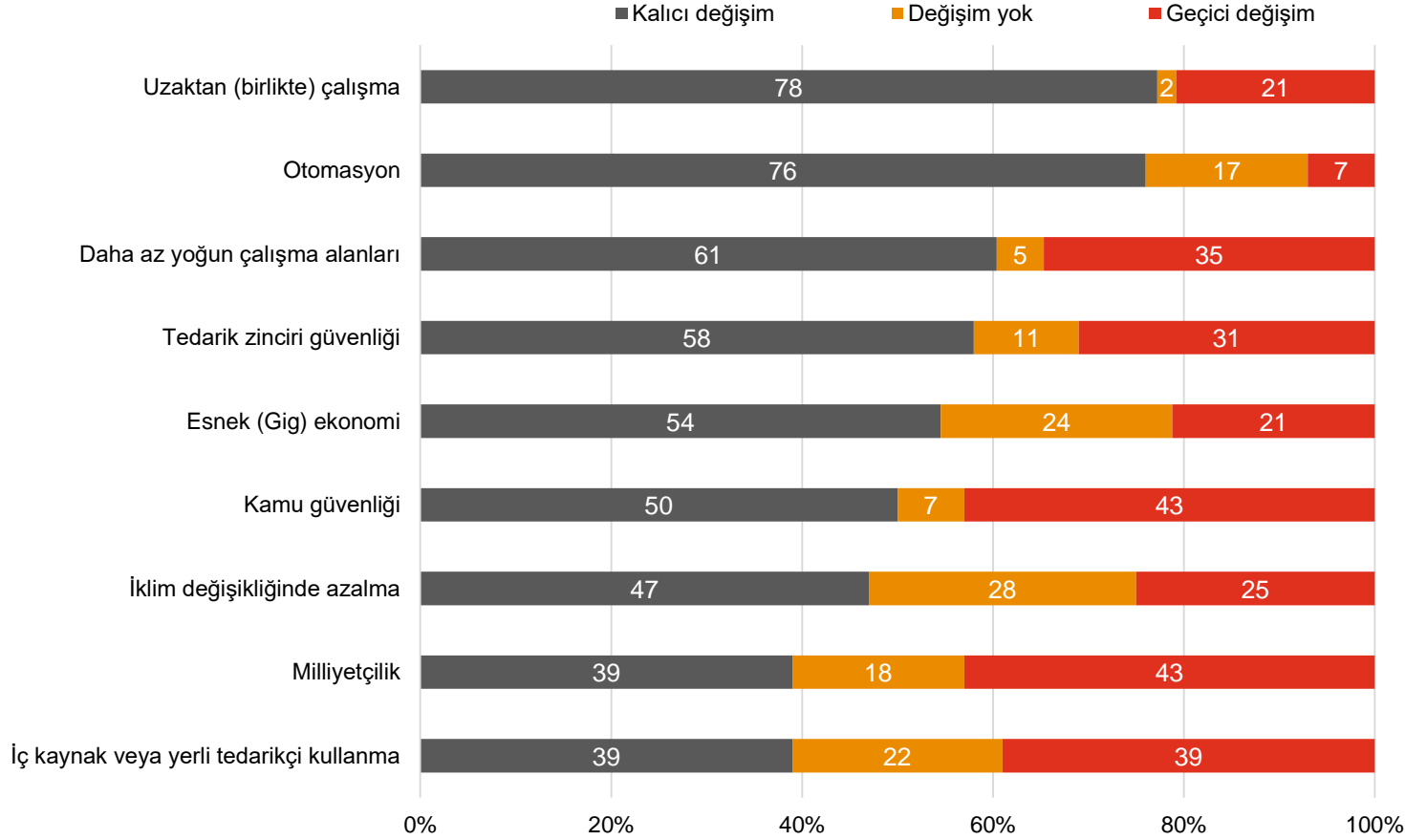


COVID-19 sonrası CEO'lar daha dijital ve esnek iş modellerine yönelecek.

Soru: COVID-19 sonrası iş modelinizin gideceği yön konusunda ilk üç seçeneği sıralayın.

CEO Panel Survey

Kalıcı etkiler: Uzaktan birlikte çalışma ve otomasyon



COVID-19 sonrası uzaktan birlikte çalışma ve otomasyon kalıcı olarak hayatımızda yer alacak

Soru: COVID-19'un getirdiği trendler içinde hangi değişimlerin kalıcı hangilerinin geçici olduğunu belirtiniz.

Pandemi sürecinde PwC

COVID-19: Krizle mücadelede yol haritası

Mart 2020



PwC & TİDE Akademi - Paylaşım Toplantısı

Veri Analitiği ile Uzaktan Denetim Uygulama Örnekleri



www.pwc.com

PwC sizinle...



Değerli paydaşlarımız,

Dünya COVID-19'a karşı hep birlikte yürütülen mücadelemiz ile zorlu bir dönemden geçerken PwC olarak insan sağlığını ve toplum faydalarını en ön planda tutarak çalışmaya devam ediyoruz. Tüm hafta boyunca evden çalışma, uzaktan teknolojik erişim ve iletişim yöntemleri ile yürütülen çalışmalarımız gerek bizlerin gerekse paydaşlarımızın bu sıkıntılı dönemde tüm ihtiyaçlarını karşılar şekilde sorunsuz devam ediyor ve yakın gelecekte sosyal mesafe riski ortadan kalkana dek çalışmalarımızı bu şekilde yürüteceğiz.

Ocak ayından bu yana aktif olarak çalışan Acil Durum Grubumuz COVID-19 ile ilgili gelişmeleri çok yakından takip etmektedir. Dünya Sağlık Örgütü ve T.C. Sağlık Bakanlığı'nın tüm yönlendirmelerine uygun aksiyonlar çalışanlarımız ve paydaşlarımıza yönelik tüm uygulamalarımıza yansıtılmaktadır.

İşlerimizi uzaktan yürütürken teknolojik altyapımız ve tüm olanaklarımızla müşterilerimizin yanındayız. İş sürekliliğinin sağlanmasına yardımcı olmak üzere en güncel uygulamaları da içeren ürünlerimizle bu karmaşık dönemde son derece etkili olacak hizmetlerimizi kalite standartlarımızdan taviz vermeden sürdürüyoruz.



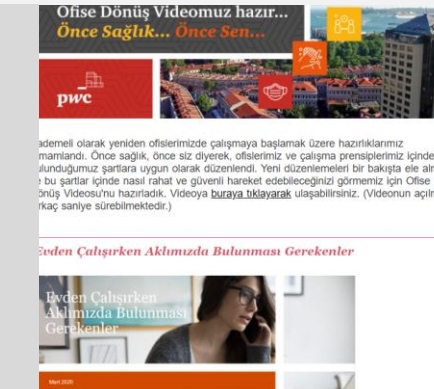
Evdeki ofisi yenilemeye hazır mısınız?



Müşterilerinizle regülasyona uygun veri transferi için

PwC Safebox

powered by PwC Turkey IT Team

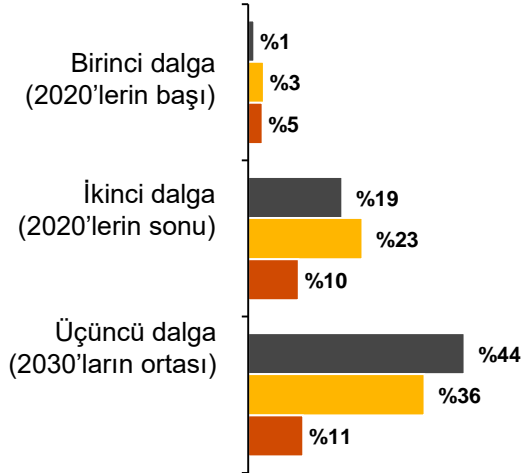


Yeniden keşfedeceğimiz gelecek: Teknoloji, yeni yetkinlikler ve geleceğin işgücü

1. Otomasyon artıyor

Otomasyona karşı potansiyel risk altında olan mevcut işlerin oranı (%)

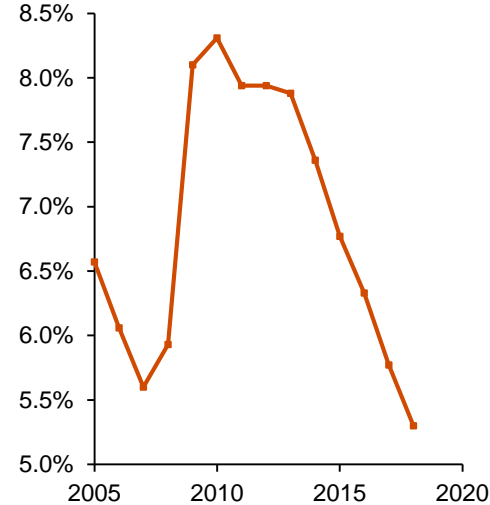
■ İlköğretim mezunları ■ Üniversite ve
■ Lise mezunları ■ üzeri mezunlar



Kaynak: PwC, Otomasyon mevcut işleri nasıl etkileyecek? Raporu

2. Yeteneklere erişim zorlaşıyor

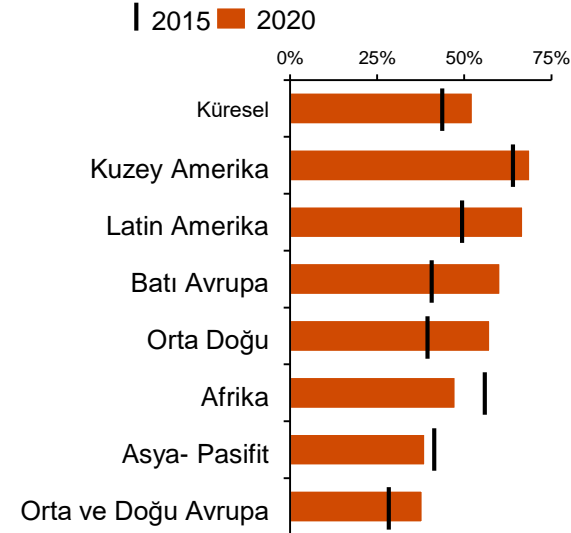
OECD işsizlik oranı
(Toplam işgücünün yüzdesi)



Kaynak: OECD

3. Yüksek becerili iş gücü uluslararası dolaşımı azalıyor

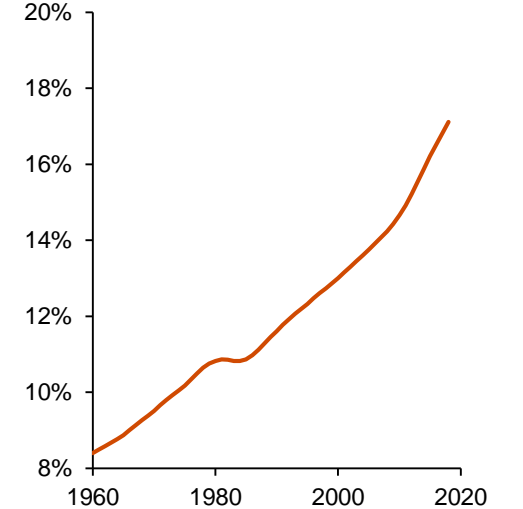
Devletler ve şirketler arasındaki işbirliği nitelikli iş gücünün pazarlar arasında daha fazla hareket etmesini sağlıyor mu? (sadece 'hayır' cevabı verenler)



Kaynak: PwC, 23. Küresel CEO Araştırması

4. Yaşlanan nüfus

OECD ülkelerinde 65 yaş üstü nüfusun oranı (%)



Kaynak: Dünya Bankası

Yeni Dünya. Yeni Yetenekler. Geleceğin işgücü için yeni beceriler

Çalışanların

%53'ü,

gelecek on yıl içinde,
otomasyonun işlerini önemli
ölçüde değiştireceğini
veya gereksiz hale
getireceğini düşünüyor.



Katılımcıların

%50'si

otomasyonun riskten
daha çok fırsat
sunacağına inanıyor.

Çalışanların

%61'i

teknolojinin
günlük işlerine olan
etkisinden memnun.



Orta öğrenim sonrası
eğitim almamış yetişkinlerin

%34'ü,

yeni dijital
yetenekler kazanmadıklarını
söylüyor, bu oran üniversite
mezunlarında %17.

%31

Sunulan yetenek ve eğitim
programının kariyer hedeflerine
uymadığını belirten gençler

71 milyon

Dünya genelinde genç işsiz
sayısı

%20-%40

16-24 yaş grubunun yaptığı
işlerin 2030'un ortalarına kadar
otomasyona geçme oranı

%74

Şirketlerinin büyümesini sağlayacak
temel yetenekleri bulma konusunda
endişeli olan CEO'ların oranı

Yeni Dünya. Yeni Yetenekler. Taahhüdümüz dijital uçurumun kapanmasına katkı sağlamak

Geçtiğimiz yıl
3 milyon insan

15 milyon
insan

3 milyar \$
yatırım

2022 yılına kadar hedefimiz

>>>>>>>>

>>>>

Hayat şartları

yeni dijital olanaklar

sunabilir.

pwc

Dijital
Fitness

unicef
for every child



UNICEF does not endorse any company, brand, product or service.



Teknolojiyi kullanan insan

2000+
çalışanımız



UiPath™

alteryx

blueprism®

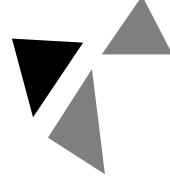
inAudit

ⓐ AuraPlatinum

↻ Halo

↔ Connect

COVID sonrasına hazırlık



01

Daha esnek bir iş ve
çalışma planınız
hazır olsun

02

Dijital araçlara
yatırım yaparak
dayanıklılığınızı
artırın.

03

Krizde yarattığınız
çevikliği bir üst
seviyeye çıkarın

19 Sonrası...

Geleceği
yeniden
keşfetmek

Teşekkürler

Cenk Ulu

23 Aralık 2020